



TITLE:

# 中国の自動車流通システムの変遷過程(2) 一指令性分配からメーカー主導の経路へ一

AUTHOR(S):

劉, 芳

---

CITATION:

劉, 芳. 中国の自動車流通システムの変遷過程(2) 一指令性分配からメーカー主導の経路へ一. 經濟論叢 2001, 167(2): 52-65

ISSUE DATE:

2001-02

URL:

<https://doi.org/10.14989/45398>

RIGHT:

# 經濟論叢

第 167 卷 第 2 号

---

鄧小平と中国マルクス主義……………大 西 広	1
ごみ処理広域化に関する政策史分析（2）……………八 木 信	21
H. フーバー（Herbert Hoover）の ドイツ報告（1947年3月18日）と その歴史的位置……………河 崎 信 樹	35
中国の自動車流通システムの変遷過程（2）……………劉 芳	52
国民健康保険の医療費地域格差の要因分析……………文 成 炫	66

---

平成13年2月

京都大學經濟學會

## 中国の自動車流通システムの変遷過程（2）

——指令性分配からメーカー主導の経路へ——

劉 芳

### III 計画による分配の時代（1957～1984年）

#### 2 文化大革命期とその直後

このような物資配分ルートは文化大革命の開始によって破壊された。文化大革命期間中、自動車と部品の生産と供給は混乱状態に陥った。まず自動車の生産台数が急落し、1967年は2万台まで落込み、前年と比べ63%以上減少した<sup>1)</sup>。また中国汽車工業総公司是解体され、自動車と部品の生産管理は第一機械工業部汽車工業局に戻り、中国汽車工業銷售公司是機械工業部汽车配件公司に改組され、各地にある傘下の部品公司是地方政府の管理下になった<sup>2)</sup>。さらに1970年に物資管理部は廃止され、自動車の配分を担当していた中国機電設備総公司も解散され、自動車の配分も機械工業部によって行われるようになった。各地方にある機電設備公司是地方政府に所属するようになり、会社名は中国機電設備公司（地方名）公司から（地方名）機電設備公司に変わった<sup>3)</sup>。ここで自動車と部品の生産と配分は初めて統合され、工業管理部門によって統括されるように見えたが、しかし實際は、生産管理の方は機械工業部によって行われ、配分の方は国家計委委員会物資局が大部分の自動車の配分権を握った。地方政府の管理下にあるメーカーの自動車はほとんど中央を経由せずに、直接地方政府

1) 中国汽車貿易指南編委會編『中国汽車貿易指南』經濟日報出版社，1991年，14ページ。

2) 中国汽車工業史編輯部『中国汽車工業專業史』人民交通出版社，1996年，496ページ。

3) 例えば，中国機電設備公司陝西省公司是1970年に陝西省機電設備公司に変わった。

によって注文・配分された。地方政府によって配分された自動車は、地方政府の機電設備公司あるいは物資管理供应公司によって配分されたので、自動車は物資としての性格は少しも変わっていなかった。すなわち、省・市レベルの物資部門は文化大革命の前に中央の物資部門から配分された自動車のみを管轄する省・市内に配分したが、文化大革命の開始後、上から流れてきた自動車以外に、管轄する区域内のメーカーの自動車も配分するようになった。この結果、地方政府による自動車工場の設立ブームが再び起こった。文化大革命直後に国家物資局が新たに設立され、自動車の配分を再びその傘下の中国機電設備総公司に集中することが試みられたが、すでに地方政府が大きな権限を持つようになっていたので、中央政府は二度と自動車の配分に対する権力をすべて手に入れることはできなかった。1976年に地方政府の管理下に置かれていた自動車は3万台に達し、全生産台数の約4分の1を占めた<sup>4)</sup>。

ここでは、陝西省の例を見てみよう。第4表は陝西省にある主な自動車メーカーの一覧表で、文化大革命期間中に設立されたのは4社あり、しかもその内の陝西汽車製造総廠は陝西省にある自動車工場の中で規模が一番大きい。これらの工場は設立当初から、その製品は陝西省機電設備公司によって配分された。第5表は、文化大革命期間中における陝西省機電設備公司の自動車配分台数であり、1970年の省内調達台数は230台にも上り、同年の陝西省機電設備公司の国産自動車全配分台数の半分弱を占めていた。1971年には、さらに半分以上を占めるようになった。文化大革命が終わった直後の1977年にその比率は3分の1までに下がり、翌年の78年にはさらに6分の1にまで下がった。

では何故この時期の自動車産業において、大躍進運動直後の調整期のように自動車生産と配分に対する管理権がすべて中央政府に再集中化されなかったのか。まず指摘できるのは、文化大革命開始後、地方分権化が極度に進んだため、地方政府が強い権限を掌握し、中央政府はこれらの権限をすべて取り戻すことが困難であった点である。また、大躍進運動中にできた自動車工場はあらゆる

4) 中国汽車貿易指南編委會編、前掲書、14ページ。

第4表 陝西省にある主な自動車メーカー (単位:台)

メーカー名	設立年	主要製品	生産能力
陝西第二汽車製造廠	1953	改裝車	3,000
宝鶏市車両廠	1958	農用輸送車	5,100
陝西汽車製造総廠	1974	重型トラック	
西安輕型汽車廠	1983	バス	300
西安市客車廠	1962	バス	
澄城縣汽車改裝廠	1972	改裝車	
陝西漢中客車廠	1937	改裝車	300
延安汽車工業總公司	1958	改裝車	2,200
西北医療設備総廠	1970	救急車	
西安市光箭機動三輪車廠	1981	農用三輪車	100
西安長興汽車修理廠	1985	乗用車組立	
陝西飛行機製造公司	70年代初期		

出所: 東西貿易通信社編集部『中国の自動車及び部品工業と関連産業』エスティエム研究所により作成。

第5表 文化大革命期間中における陝西省機電設備公司の自動車配分台数一覧 (単位:台)

年	全配分台数	輸入車	省内調達台数
1967	350		
1968	82		
1969	815		
1970	650	112	230
1971	797	223	300
1972	919	204	95
1973	499		
1974	827	175	
1975			
1976	803	35	170
1977	990	202	254
1978	1,068	210	130

出所: 陝西省機電設備公司内部資料より作成。

注: 空白のところは不明。

部品を購入し、手作業で自動車を組み立てる町の工場のようなものが多く、大躍進運動後、大部分が潰れてしまったのに対して、文化大革命期に設立された地方の新規自動車メーカーは、比較的規模の大きいメーカーが多く、しかも第一汽車製造廠の技術援助を受けて設立したメーカーも少なくなかった。こうした有力メーカーの生産と配分を中央政府が管理しきれなかった点も指摘することができる。さらに地方政府の管理下にある自動車工場の多くは、文化大革命の期間中に作られたものが多く、これらの工場はほとんど地方政府の投資で設立され、生産開始当初から車両の注文、原材料の手配、完成車の配分はすべて地方政府によって行われたので、中央政府はこれらの自動車工場に対する管理権を手に入れるのは困難であった。

とはいえ、地方が自動車の約4分の1を支配することによって、中央による管理が緩められたように見えたが、地方による管理は生産企業ではなく、地方政府によって行われたため、実際には厳格な計画がやはり自動車生産と配分の全過程を支配し、自動車は物資としての性格は少しも改変されなかった。したがって、大躍進運動後の調整期に出来上がった第2図のような物資流通経路は文化大革命中に物資管理部の廃止および中国機電設備総会社の解散によって若干崩れたけれども、基本的には維持された。しかも地方分権化によって1970年代前半から80年代前半にかけて、機電設備会社を持っていなかった県、あるいは中小都市はすべて機電設備会社を設置するようになった。すなわち、文化大革命期とその直後の物資配分経路は大躍進運動後の調整期と比べ、流通経路の規模は拡大、そして流通経路の段階は延長され、一層複雑になった。この時の各段階の機電設備会社は所在地の地方政府の所属になり、上から流れてきた自動車を配分する以外に、管轄する区域内にあるメーカーの自動車をも直接配分した。文化大革命後、国家物資局が新たに設立され、自動車の配分は再びその傘下の中国機電設備総会社によって管理されるようになったにもかかわらず、中央計画で管理する部分と地方で管理する部分の2本立て体制は維持され、車両の配分について前者は物資部（中国機電設備総会社）で、後者は地方レベル

の機電設備公司以管轄され、中央集権と地方分権が同時に自動車の流通過程に存在し、中央管理を主、地方管理を従としたのが当時の特徴であった。この時期の自動車配分経路は、現在のような複雑で、多段階になっている自動車流通経路の形成に大きな影響を与えた。

### 3 改革開放の初期段階

1979年から84年までの間は改革開放の初期段階で、「計画を主とし、市場を従とする」戦略がとられ、生産財価格の二重制、すなわち「双軌制」<sup>5)</sup>が登場した。それに伴い物資の配分方法は指令性計画、指導制計画、市場調節の3つに分かれた。自動車は計画配分の枠外での流通が初めて認められたのがこの時期であって、各メーカーはこの時期になって初めて「市場」というものを知り、市場の厳しさを感じたのである。

その動きとして、中央政府は国有企業が生産した製品の一部を自由に販売することを認めるようになり、自動車メーカーは国家計画を達成した後は、ノルマ以上に生産した分は自社販売することができた<sup>6)</sup>。しかし、自社販売が許されても、メーカーはやはり流通企業を経由して販売せざるを得なかった。なぜなら、当時の自動車メーカーにはほとんど販売部門を設置していなかったからである。例えば、中国第一汽車製造廠が設立された当初、工場内部には銷售処（販売部）を設置していたけれども、銷售処の業務は国家配分計画によって車両を配送し、代金を回収しただけであったため、1968年9月には銷售処を廃止し、輸送弁公室を設置した。1979年まで第一汽車製造廠は80万台以上の自動車を生産したが、自社で販売した車は一台もなかった。このような状況下で、メーカーは銷售部門を作り始め、市場経済に適應しようとし、第一汽車製造廠も1979年に銷售処を再び設置した。

5) 「双軌制」は生産財価格の二重制のことであり、すなわち、同じ生産財は国により決めた計画価格と生産者が市場に基づいて決めた自由価格が同時に併存することを指す。

6) 中国汽車工業史編輯部、前掲書、497ページ。

1981年には、国民経済引締め政策と輸入車の増加により、国産自動車は初めての売行き不振に直面した。第一汽車製造廠のような大手メーカーも注文会議<sup>7)</sup>の期間中に、計画部分さえ達成できず、さらに契約した分もキャンセルが続出したため、第一汽車製造廠の在庫が増大した。第一汽車製造廠はこれをきっかけに市場流通の重要性を十分認識し、同年に銷售公司を設立した。しかし、この時期に国家の計画配分の比率がまだ高く(第6表)、メーカーが自由に販売できる車両数は少なかったため、市場経済を経験したことのなかったメーカーが自社系統の流通経路の構築に乗り出すことはなかった。第7表は、1980年の上海汽車工業總公司が所属する自動車メーカーの完成車に関する配分状況を示しているが、自動車、とくに乗用車の配分は1980年の時点で、総生産台数の5300台に対して60%以上が中央政府によって配分され、残りのほとんども中央各部、地方政府によってコントロールされていたため、メーカーが自由に販売できる車両は僅かしかなかった。すなわち、この時点でメーカーの単なる生産のみの存在であることは変わっていなかった。計画外販売を担っている2社の内、上海汽車工業銷售公司是上海汽車工業總公司的販売部門であるため、總公司に属するメーカーの車両販売をずっと担当してきた。上海第一機電工業局は第一機械工業部の傘下企業で、ここから中央政府は第一機械工業部に自動車販売を認めようという動きがみえた。

同時に中央政府は自動車在庫の増大は自動車流通企業の数が不足であると判断し、政府行政部門が自動車流通販売への介入を検討した。このような背景には、製品の維持、修理に一定の技術力が要請されるという自動車産業の特徴に鑑み、中央政府は第一機械工業部汽車部品公司系統の自動車販売を認め、1982年に中国汽車工業總公司が再建され、汽車部品公司はその傘下の中国汽車工業銷售服務公司(1992年に銷售總公司与改称)に改組された。中国汽車工業銷售總公司が使った流通経路は、1964年にトラスト政策の下で設立された中国汽車

7) 物資部門が主催した会議である。自動車メーカーとユーザーがこの会議に参加し、供給と需要の契約を締結する。



第6表 中国自動車指令性計画比率の推移

年	生産計画 (万台)	指令性分配計画 (万台)	比率 (%)
1982	15.200	14.036	92.3
1983	18.430	14.646	79.5
1984	24.700	14.414	58.3
1985	39.110	15.235	39
1986	43.187	15.570	36.1
1987	36.500	13.440	36.8
1988	41.542	14.000	33.7
1989	50.920	11.300	22.19

出所：中国汽车貿易指南編委会『中国汽车貿易指南』経済日報出版社、1991年。

第7表 1980年の上海汽車工業総公司完成車配分状況 (単位：台)

配分先	計画内			計画外		
	乗用車	2tトラック	救急車	乗用車	2tトラック	4tトラック
国家物資総局	3,650					
第一機械工業部汽車総局	200					
国家医薬管理総局	800		162			
上海機電設備公司	100	3,000				
上海第一機電工業局		5		187	1,500	900
上海汽車工業銷售公司		1,100			500	300

出所：上海汽車工業銷售公司内部資料より作成。

工業総公司傘下にある、交通部から移管された部品公司系統の流通経路であった。計画超過もしくは計画外車両の販売を担わせる目的で自動車販売を開始した中国汽車工業銷售総公司是、物資系統の中国機電設備総公司系統による自動車配分の独占を打破し、自動車流通経路の拡大をもたらしたにもかかわらず、部門別の既得利益に妥協したものであるとも言えよう。すなわち、中国汽車工業銷售総公司是1964年に初めて設立されたときから、完成車の販売権を手に入れようとしたが、物資部門の権限が余りにも強かったので、1980年代になってようやく計画外完成車の販売権を手に入れた。しかし、その発想法にしても販売方式にしても、なおも完全に計画経済における取引形態にとどまっていた。

すなわち、1984年までの改革は計画経済時代に行われたものとそれほど変わるものではなく、相変わらず計画経済の基本的枠組みを維持することを前提としており、経済行政の権限を中央と地方と国営企業の三者間にどう配分するかという問題にしか過ぎなかった。したがって、この段階における自動車の流通販売体制は依然として計画管理の下にあり、管理方式と計画の厳格性に若干の改革がなされたのみであった。同時にメーカーによる自動車販売は、計画体制を部分的に補完するものに過ぎず、計画体制に対する根本的な改革はなされなかった。

以上の分析を通じて、改革開放の初期段階において、自動車の流通経路は計画経済時の物資配分経路を依然として使っており、そして中国汽車工業総会社が再建され自動車流通販売への参入によって自動車の流通経路はさらに複雑になったことが分かった。これは自動車流通経路の多様化をもたらす重要な原因であった。なぜなら、中国汽車工業部品公司是1969年に解散した時に、地方にある各分公司を地方政府に移管し、それらの分公司はそれぞれ機械、交通、物資部門によって管理された。このため、1985年以降、中央政府による計画配分比率は減少しており、自動車の流通販売が自由になったとき、各地方の物資部門はもちろんのこと、機械、交通部門も容易に自動車販売に参入し、流通経路の多様化を形成した。すなわち、この段階では中国汽車工業総公司による自動車販売への参入は、計画経済時の自動車の分配経路を打破するものではなかった。かつ中国汽車工業総公司自体もまだ計画経済の枠内にとどまっていた。

#### IV 市場流通への移行（1985～現在）

1979年から試行し始めた経済体制改革は、1984年以後全面的に展開し、計画経済を主とし市場調節を従とする考え方から、計画経済と市場調節を結合させた経済メカニズムへと変った。自動車流通分野においても、この時期に大きな変化の時代に入り、流通経路の多様化が現れ、さらに大手メーカーにおいてメーカー主導の流通経路が形成された。

### 1 流通経路の多様化

中央政府による計画配分の比率は1984年の58%から94年の4%まで減少した。この結果、自動車の流通販売の大半はメーカーの責任領域となった。しかし当時、メーカーは銷售部門を設立した直後で、全国的な販売網を持っていなかったため、従来の自動車流通企業を利用せざるを得なかった。と同時に84年以降の景気過熱を背景とし、緊急に輸入された7万台の車両を販売するために、国家が市場を調節すべきという考えの下で、1985年に入ると、北京・上海・瀋陽・武漢・重慶・西安の6大都市に物資系列の自動車交易市场が設けられた<sup>8)</sup>。メーカーによる国産車両の交易市场での取引は認められたものの、交易市场での取引の大半は物資系列の流通企業による輸入車販売であった。

この間、計画経済と市場経済の併存した状態が続き、一方で計画内の商品価格は政府によって低く抑えられ、計画内外の価格格差が形成された。加えて、経済の過熱による自動車に対する需要は供給を大きく上回り、自動車の取引から多大な利益が得られたため、多くの企業が自動車販売に参入した。これらの企業の多くは、自動車産業や流通とは無関係の中央各部や地方政府、各種団体などが金もうけのために設立したもので、中には計画配分の権利書や販売契約書、受取り表等を売買する会社もあった<sup>9)</sup>。ではなぜ、自動車のような販売、修理に一定の技術力を要する商品の流通販売に多くの会社が容易に参入できたのか。まず考えられるのは、経済過熱期に需要が供給を大きく上回り、販売ノウハウの蓄積が皆無であっても、売れないという心配は全くなかったため、自動車を手に入れられる会社は自動車販売に参入したのである。また、中国では長い間、自動車の修理などのサービスは販売企業に求めずに、独立の修理工場あるいは会社内部の修理工場に頼っていたため、修理面およびメンテナンスでの不安は市場参入の障壁にはならなかったのである。

8) 中国汽车貿易指南編委會編、前掲書、17ページ。

9) このような会社は「皮包公司」と呼ばれ、品物を持たずに抱一つで書類の売買をした。1980年代後半に商品が品薄のため、書類上の転売が盛んになった。

これに対して、政府は1985年9月に汽車交易市场管理的暫行規定を公表し<sup>10)</sup>、物資系統と中国汽車工業銷售服務公司系統の企業のみが自動車の流通販売に従事できると規定した。これは後の政府大手流通企業3社の形成の基礎を築いた。これに続いて、1988年に再発した経済過熱の調整策として1989年に自動車の流通販売を整備する目的で、中国機電設備總公司の自動車部、對外經濟貿易部傘下の中国機械進出口總公司の車両公司、中国汽車工業銷售服務公司の3社を合体させ、上記の6つの自動車交易市场を含め、さらに天津・広州で新設された二つの子会社も含めた中国最大の自動車専門の流通企業である中国汽車貿易總公司が設立された。中国汽車貿易總公司に残存する自動車にかかわる指令性計画にもとづく配分を引き継ぎ、設立した年の販売台数は中国全体の8.2%を占め、次の年に11.9%にあがり、その後減少し、今現在は存続の危機に直面している<sup>11)</sup>。

可能ならば、本来この時点で政府が自動車販売を完全に自由化し、多数の企業に販売権を与え、そうした市場メカニズムを利用して自動車流通の調整を進めるべきであったとも言えよう。しかし、中国政府は物資部門が市場を調節する役割を果たし、ダムとしての働きを発揮すべきだという指導方針の下で、30年間以上にわたって慣れ親しんできた行政的な方法で自動車流通経路の拡張を行うこととなった。

その後、中国政府各部門間の対立によって、中国汽車銷售服務公司是1992年に再び中国汽車工業總公司の傘下に戻り、中国汽車工業銷售總公司と改称された。こうして、中国汽車貿易總公司、中国汽車工業銷售總公司、中国機電設備總公司を代表とした政府系大手流通企業はそれぞれ自社の流通経路を持つことになり、この時期の自動車流通販売のメインルートとなった。

この時期にもう一つ注目しなければならないことは、大規模化しつつあった自動車メーカーは積極的に自社製品の販売に乗出し、全国各地にある従来の流

10) 中国汽車工業史編輯部、前掲書、498ページ。

11) 中国汽車貿易總公司に関する詳細の分析は別稿に譲る。

通企業と手を組んで聯営・聯合公司、あるいは自己資本で自社系統の販売会社を設立し始めたことである。第一汽車製造廠は1986年に中国解放汽車貿易公司を設立し、車両販売、部品供給とアフターサービスを担当している。この時期から同社は各地に販売拠点を作り始め、1989年まで20の省に銷售服務部を設立した。すなわち、この段階において、一方で政府系大手流通企業3社が自動車流通のメインルートとなったが、他方ではメーカー系流通経路も端緒的に形成され、流通経路の多様化時代を迎えていた。

しかし、多様化した流通経路は、それぞれの流通段階が依然として多段階を形成している。なぜかという、中国機電設備總公司はもちろんのこと、再建された中国汽車工業銷售總公司と新設した中国汽車貿易總公司はいずれも行政機関に付属し、旧來の下級機関を利用して自動車を販売するという計画經濟時のやり方は自然に継承された。他方、この時期にメーカーは流通・販売に資金、設備、人員を投入し、独自で市場を開拓しようと努めていたが、資金も設備も経験も欠如していたメーカーは既存大手流通企業と提携し、合併企業を設立することによって流通経路の拡大を図るしかなかった。とはいえ、この時期には合併企業といっても、そのコントロール権はほとんど既存流通企業側が握り、メーカー側は企業の経営にあまり関与していなかった。その結果、合併企業も旧來の自動車配分ルートを使うようになった。すなわち、流通経路の多段階は流通経路が多様化されたことによっても改変されておらず、多段階の流通経路は経路と経路がくんでおり、流通経路はより一層複雑になったのである。

## 2 メーカー系流通経路の形成

1985年と88年の經濟過熱期による自動車需要拡大期と、その後の引締政策による縮小期の両方を経験したメーカーは、自社販売網を構築することこそが成功するためのより重要な要因であることを認識し、1980年代後半から、メーカーは自社販売網の構築に乗出した。しかし、当時自動車は物資としての性格が強く残っていたので、メーカーは全面的に自社系列の流通販売ルートの構築

に移行することができず、販売台数の大半はやはり従来の自動車流通企業に頼って販売していた。

ところが、1993年に経済過熱が再び発生し、翌94年後半に引締政策を実施された時、計画配分が機能しなくなったため、従来の自動車流通企業は車両を積極的買い取ってくれなかった。メーカーは従来の流通企業に頼れなくなり、自力で流通体系を築かざるを得なかった。したがって、95年になって各メーカーは自らコントロールのできる流通経路の構築が盛んになった。しかし、資金も販売人材もノウハウも十分ではなかったメーカーが、短時間のうちに独自の力で全国をカバーできる販売網を構築することは不可能であった。そこでメーカーは100%出資の自社販売子会社の設立に加えて、実力のある既存の流通企業と組んで、合併企業を作る方法を選択した。ここで言う合併企業には聯営、聯合公司<sup>12)</sup>の2種類があり、いずれも自動車メーカーの選択によって作られ、自社製品だけを専売する販売会社であり、基本的には他のメーカーの製品は販売しない。他方、経営不振に陥った流通企業は、メーカーの系列に参加することにより大きなメリットを見出すようになったので、メーカーの要請に積極的に応じた。ここで一つの大きな変化に注意して欲しい。すなわち、1980年代後半から90年代始め頃にかけて設立した聯営公司の出資比率は、メーカーと従来の流通企業がそれぞれ50%ずつであったが、その後、メーカー側が55%、流通企業側が45%を出資するように改められた。このことは、メーカー側は合併企業の持ち株比率を高くすることによって、合併企業への支配力を強めることを意味している。さらに合併企業に対して、役員派遣、販売・財務状況審査などを通じて、合併企業を自社の支配下に置こうとした。これらに加えて、1999年5月に大手乗用車メーカー上海大衆汽車有限公司の国内総ディストリビューターである上海汽車工業銷售總公司是新たに特許經銷商認定制度<sup>13)</sup>を採

12) 聯営、聯合公司については、劉芳「転換期における中国の自動車流通システム」『経済論叢』第164巻第3号、1999年9月を参照。

13) 特許經銷商制度については、劉芳「上海汽車による流通経路改革の模索」『経済論叢』第165巻第5・6号、2000年5・6月を参照。

用し、フランチャイズ・システムを自社の流通経路に導入した。

このように、1990年代後半から有力メーカーによる自社流通経路の構築およびコントロールが、多様化された自動車流通経路のなかで主流となり、従来の流通企業による自動車の流通販売は衰退し、物資配分経路を継承し多段階になっていた流通経路は崩壊し始めた。政府大手流通企業3社はいずれも経営苦境に陥り、新たな事業戦略を試行している<sup>14)</sup>。しかし、抜本的なシステム全体の改革と転換を行うことは短時間では困難である。したがって、多段階の流通経路は崩壊し始めているが、暫くの間まだ存続するであろう<sup>15)</sup>。すなわち、現在の中国自動車流通販売システムは、一方で流通経路の多段階を克服し、メーカー → ディーラー → ユーザーのようなシンプルな流通経路が出現しているが、他方、依然として多段階をとっている流通経路もある。しかし、各大手メーカーは自社流通経路の整理を積極的に行っており、多段階の流通経路は単純化へと進む傾向は明白である。

#### む す び

本稿では20世紀初期から現在に至る中国自動車流通システムの変遷過程を明らかにした。それを総括すると、以下のようにまとめることができる。

第一に、現在の中国自動車流通販売システムにおける流通経路の多段階は、大躍進運動後の調整期に出来上がった物資分配体制にその源流を遡ることができる。文化大革命期の地方分権によって自動車を含めた物資に対する管理権の地方移管が行われたので、中央管理と地方管理の2本立て体制が確立したにもかかわらず、自動車流通経路の多段階が維持され、さらに延長された。改革開放の初期段階において、従来の自動車流通企業が依然として自動車流通の主な担い手であったので、流通経路の多段階は崩壊するどころか、多くの流通企業

14) 政府大手流通企業についての検討は別稿に譲る。

15) 多段階の流通経路が存続する理由について劉芳「転換期における中国の自動車流通システム」『経済論叢』第164巻第3号、1999年9月を参照。

の自動車流通への参入によって一層複雑になった。このように形成された多段階の流通経路はメーカー主導の流通経路の形成によって、崩壊し始めているけれども、今なお残存している。

第二、物資配分体制を継承した自動車の流通経路は、計画配分の比率が少なくなった後にも計画経済時の配分経路を使い、卸売と小売の未分離をもたらした。すなわち、上級機関から下級機関への配分は卸売、上級機関は一級店、下級機関は二級店、三級店、四級店へと変わった。

第三、計画経済時、自動車の配分を担当した物資部門はどのメーカーの車両も配分したので、併売制の源流もやはり物資配分体制にあった。メーカーとの合弁会社はほとんど合弁先メーカーの製品を専売するけれども、流通段階が多段階であるため、下の段階へ行けば行くほど、専売制が崩れて行き、末端の販売店は基本的にどのメーカーの車両も販売することが可能である。

第四、今日の中国自動車流通システムに見られる多段階、卸売と小売の未分離、併売制という基本的特徴は、計画経済から市場経済への転換期において避けられない事態であり、このような段階を経ておかないと、先進国のような流通経路に辿らないであろう。